Circuitos de la economía urbana de bebidas gaseosas en Buenos Aires

Josefina Di Nucci

josedinucci@yahoo.com

Resumen

En las bebidas gaseosas de Argentina existe una gran cantidad y diversidad de marcas que son el resultado de divisiones del trabajo superpuestas tanto en la producción, como en la distribución y comercialización, las que pueden ser estudiadas como circuitos de la economía urbana. En primer lugar, se presenta brevemente la teoría de los circuitos de la economía urbana los cuales se distinguen por el grado de técnica (tecnología), capital y organización, con el cual las empresas fabrican, distribuyen y consumen productos y servicios. En segundo lugar, se analiza el circuito superior de bebidas gaseosas de las empresas líderes en Buenos Aires y el circuito superior marginal de estas bebidas, conformado por importantes empresas nacionales. Para finalizar se presentan algunos de los problemas que exhiben las empresas nacionales del sector referidas a la competencia, trabajo, normas y la fuerte lucha por mantener su posición.

* * *

PALAVRAS-CLABE: circuitos de la economía urbana; Buenos Aires; bebidas gaseosas; división territorial del trabajo; espacio banal.

Introducción

La producción de bebidas gaseosas en Buenos Aires (Argentina) revela la superposición de divisiones del trabajo, siendo éste un concepto plural (SANTOS; SILVEIRA, 2001). Desde la década de los noventa, junto al poder de las embotelladoras de las grandes marcas globales, se han diversificado las empresas que elaboran estas bebidas con marcas económicas, constituyéndose el territorio en objeto de divisiones del trabajo superpuestas. Comprender la existencia de una variada y amplia diversidad de tipos y marcas de esas bebidas, con diferencias sustanciales entre actores participantes en la elaboración, pero también en la comercialización y, especialmente, en el consumo, ha llevado a indagar en un sistema de ideas que sea descriptivo e interpretativo de esta realidad. El mismo es encontrado en la teoría de los circuitos de la economía urbana, formulada por Santos en los años setenta (1979), y continuado en las formulaciones teóricas posteriores, centradas en el enfoque constitucional y relacional del entendimiento del espacio geográfico (SANTOS, 1996 y 2000a).

Cada circuito se define por el conjunto de actividades realizadas, y por el sector de población que se asocia a ésta, ya sea por la actividad o por el consumo. De este modo, el circuito superior estaría constituido por los bancos, comercios e industrias de exportación, industria urbana moderna, servicios modernos, mayoristas y transportistas; mientras que el circuito inferior está compuesto esencialmente por producciones intensivas en mano de obra (no en capital), por servicios no modernos, comercio no moderno y de pequeñas dimensiones.

Estudiar hoy la coexistencia de divisiones territoriales del trabajo en las ciudades a partir de la propuesta de los circuitos de la economía urbana lleva a una reflexión sobre las características del período actual signado por la globalización. Dos variables se consideran centrales y determinantes: la información y el consumo, imperativos que se fundan en la misma ideología y que están intrínsecamente asociados a la urbanización de la sociedad y del territorio. Existen, además, sistemas técnicos globalizados que, junto al papel motor de las finanzas, reorganizan las redes urbanas y las propias ciudades (SILVEIRA, 2011). Existe una relación directa entre división territorial del trabajo y urbanización, la cual se activa, dinamiza y crea nuevas necesidades de producción y consumo. Es una modernización que se superpone a las formas de trabajo existentes, crea nuevas valorizaciones y altera las articulaciones horizontales y verticales de agentes y actividades (SILVEIRA, 2011).

El trabajo presentado aquí está organizado de la siguiente manera. En primer

lugar, se realiza una breve caracterización de las variables distintivas de los circuitos en la actualidad: técnica, capital y organización, y sus particularidades en este sector estudiado; se presentan además algunos datos que permiten acercarse de una manera general al sector para luego introducirnos en los grupos de empresas representativas de cada circuito.

En segundo lugar, se realiza un análisis sobre la producción de bebidas gaseosas en Buenos Aires, donde existe un circuito superior con características internacionales y un circuito superior marginal con un fuerte componente nacional. Este análisis se organiza de manera comparativa, siguiendo las tres variables distintivas de los circuitos y sus particularidades para cada grupo de empresas representativas de un circuito superior y uno superior marginal.

Se observa, así, que las divisiones territoriales hegemónicas del trabajo están dadas por las empresas líderes del sector: Coca-Cola y Pepsi-Cola, las cuales coexisten con las generadas por otras empresas argentinas, lo cual produce una fuerte segmentación de la economía urbana. Estudiar el circuito superior marginal de la producción de bebidas gaseosas de Buenos Aires lleva a prestar especial atención a dos empresas argentinas que son agentes propios de esta porción marginal: Pritty y Productos de Agua (PRODEA).

Por último, y a manera de consideraciones finales, se presentan algunos de los problemas que exhiben las empresas nacionales del sector referidas a la competencia, trabajo, normas y la enérgica lucha por mantener su posición, los cuales resultan un tema de interés en futuras investigaciones.

La técnica, el capital y la organización: variables explicativas de los circuitos de la economía

En el período actual, las ciudades, y en particular las metrópolis, alcanzan nuevas características por la internacionalización y transnacionalización de la economía, pasando a ser el sustento de la nueva división internacional del trabajo. Las grandes metrópolis como Buenos Aires aglutinan actividades modernas que son distintivas del circuito superior de la economía; sin embargo, no puede considerarse incluida aquí a toda la ciudad, ni a toda la sociedad ni mucho menos a todas las actividades económicas. La gran ciudad es el espacio banal por excelencia, donde coexisten actividades de la misma naturaleza, aunque ejecutadas por actores de poder incomparable (SILVEIRA, 2008).

Para cada momento histórico, habrá una determinada organización, forma y distribución espacial del trabajo que incluye tanto la repartición del trabajo vivo (la división social del trabajo) como la distribución del trabajo muerto en los lugares.

> El trabajo muerto, en forma de medio ambiente construido (*built environment*), tiene un papel fundamental en el reparto del trabajo vivo. Por otra parte, las formas naturales del territorio, cuya influencia era determinante en la aurora de la historia, tiene, aún hoy, influencia sobre la manera en que se realiza la división del trabajo (SANTOS, 2000b, p. 117).

La idea de espacio banal más el de división territorial del trabajo llevan a afirmar que la expresión "división territorial del trabajo" es un concepto plural, ya que el territorio usado es objeto de divisiones del trabajo superpuestas (SANTOS; SILVEIRA, 2001). A la división del trabajo del circuito superior debe yuxtaponerse las divisiones territoriales del trabajo menos modernas, producto de la porción marginal del circuito superior y, en especial, del circuito inferior.

Santos (1979) plantea que las actividades de fabricación del circuito superior poseen dos organizaciones, la primera correspondiente al circuito superior propiamente dicho, y la segunda es el circuito superior marginal, constituido por formas de producción menos modernas desde el punto de vista tecnológico y organizacional, con características propias de cada uno de los circuitos.

Los dos circuitos de la economía urbana no son dos sistemas aislados e impermeables entre sí, sino que, por el contrario, están en interacción permanente. Pueden considerarse subsistemas del sistema urbano, que poseen relaciones de complementariedad, de competencia y de jerarquías; se trata de una "oposición dialéctica: uno no se explica sin el otro" (SILVEIRA, 2007, p. 150). Esta idea pone en jaque la asociación equivocada de la existencia en una ciudad de un único mercado moderno.

Los circuitos de la economía urbana se diferencian por tres variables principales: la tecnología o técnica, el capital y la organización.

Desde la década de los noventa, en el circuito espacial de la producción de las bebidas gaseosas, una nueva *técnica* relacionada a una nueva forma de hacer gaseosas, pero también de venderlas y de consumirlas, ha sido un factor central de explicación. La introducción de la botella PET (politereftalato de etileno) es el nuevo objeto técnico que permitió el aumento de la producción y del consumo y no sólo implicó un cambio operacional sino que produjo un verdadero fenómeno técnico. La aparición de los envases PET permitió reducir la escala de la producción de las empresas, los costos relacionados al peso, deterioro y rotura del envase de vidrio y los gastos de almacenamiento; bajaron los requerimientos energéticos en la elaboración de envase, se ahorró en los costos de transporte, etc. (MINISTERIO DE ECONOMÍA Y PRODUCCIÓN, 2003).

La difusión de esta ventaja técnica redujo significativamente los costos de producción y distribución, dando lugar al surgimiento de una gran cantidad de pequeñas empresas de gaseosas de diferentes tamaños y a la reducción del número de plantas embotelladoras de marcas transnacionales.

Pero, sin embargo la casi absoluta generalización del PET no llevó a la homogeneización en la elaboración ya que existen enormes diferencias entre las empresas productoras de estas bebidas según tamaño y poder. Según datos oficiales (ABLIN, 2012), para el año 2012 el 60% de los envases comercializados son en PET y el 40% restante corresponde a envases de vidrio perteneciente en su mayoría al mercado denominado "refrigerado", que componen bares, restaurantes etc.

Una de las exigencias al momento de ser otorgada las franquicias internacionales es que utilicen tecnologías similares a la de su casa matriz, la cual debe ser prácticamente en su totalidad importada. Por su parte, las empresas menores utilizan tecnologías más baratas y nacionales invirtiendo menos en maquinarias e importando sólo la parte de las líneas de embotellado que no se fabrican internamente. De esta manera, se amplia y profundiza la «brecha tecnológica».

Según orígenes y escalas de los *capitales*, la producción de bebidas gaseosas está integrada por empresas que, bajo el sistema de franquicias, poseen las licencias para embotellar las marcas líderes mundiales. Son mayoritariamente extranjeras, con la única excepción de Reginald Lee Coca-Cola. Junto a éstas existen empresas de origen nacional que elaboran gaseosas de marcas nacionales y poseen diferentes tamaños: grandes empresas, medianas empresas y hasta microempresas.

Actualmente existen alrededor de 100 plantas que elaboran, envasan y comercializan bebidas gaseosas (y en general también aguas y aguas saborizadas). Unas 20 son franquicias de las líderes, Coca-Cola, Pepsi-Cola, Danone y Nestlé, y el resto, 80, son embotelladoras independientes con marcas propias (ABLIN, 2012).

Las empresas extranjeras que participan de la producción nacional de bebidas gaseosas son Coca-Cola y Pepsi-Cola, las cuales son formas líderes de dominación y expansión del capital en el territorio e importantes actores hegemónicos a escala global. Manejan casi el 90% de la producción local de gaseosas y un 55% de lo que facturan las bebidas no alcohólicas (ABLIN, 2012).

Junto al poder de las embotelladoras de las grandes marcas globales, se han diversificado las empresas que elaboran bebidas gaseosas de marcas económicas, siendo el territorio objeto de divisiones del trabajo superpuestas por las diferentes empresas según su tamaño y poder.

Por su parte, la *organización* como variable distintiva de los circuitos de la economía está muy relacionada a la dimensión del capital. Las empresas del circuito superior, cuyo capital es comúnmente grande y su tecnología moderna, necesitan de una organización más burocrática, mientras que las actividades del circuito inferior pueden progresar sin una organización de ese tipo (SANTOS, 1996). En las bebidas gaseosas, el nuevo sistema técnico PET produjo una reorganización de las empresas y sus plantas ya que, por un lado, permitió la concentración en la producción por parte de las empresas hegemónicas del sector y, por el otro, posibilitó la existencia de pequeñas y medianas empresas productoras de bebidas gaseosas.

Un ejemplo del uso diferencial y jerárquico del territorio es el de Coca-cola, que ha llevado a una disminución gradual de embotelladoras franquiciadas. Así, hasta la década de los noventa, las embotelladoras eran alrededor de quince; para el año 2000, eran sólo siete; en el 2008, seis y desde 2009 cinco grupos, de los cuales uno sigue siendo de capitales nacionales (las demás embotelladoras son FEMSA; Grupo Polar; EDASA y ARCA).

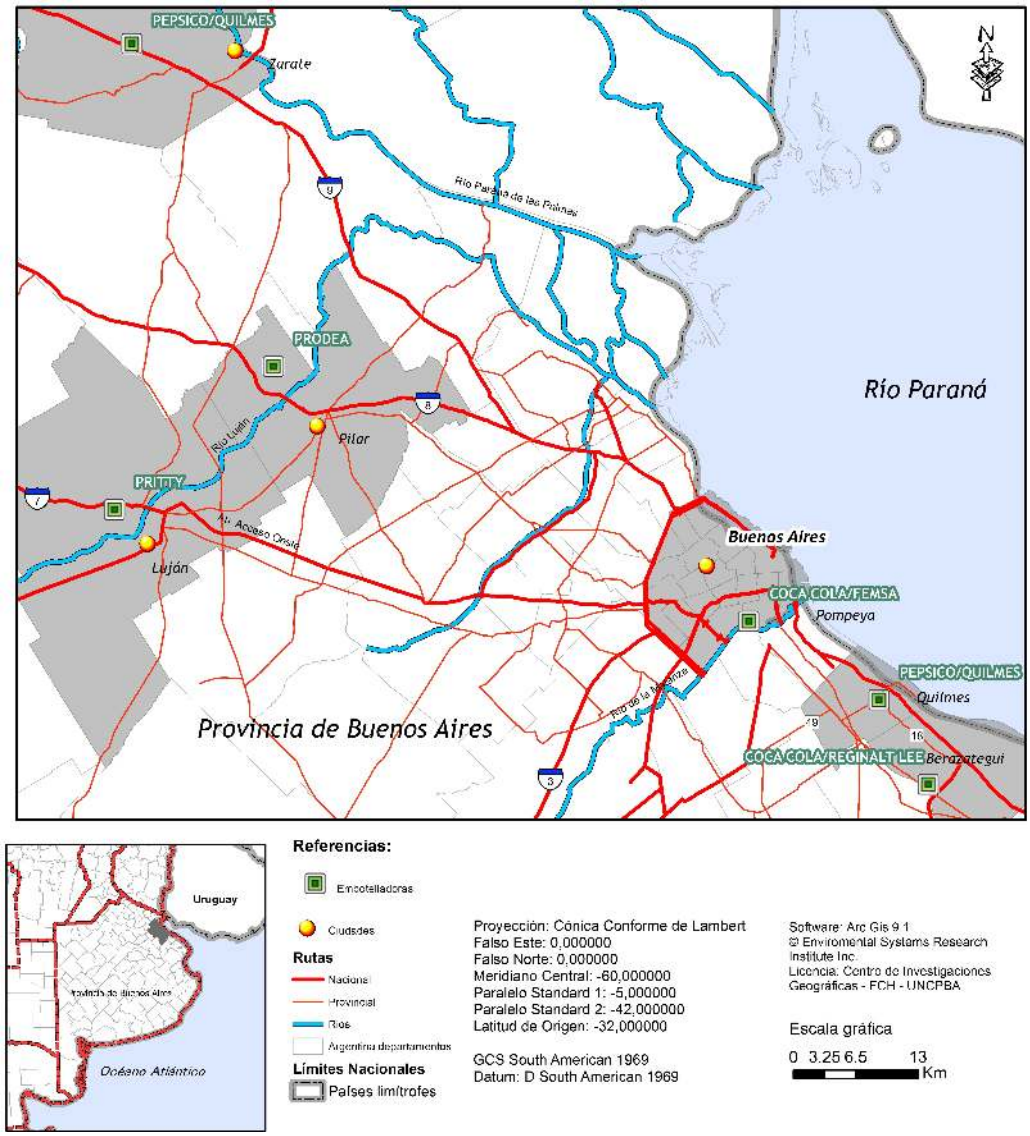
La concentración económica es acompañada de la concentración espacial, ya que la posibilidad técnica de producir gaseosas en envases PET desestima la necesidad de contar con embotelladoras distribuidas por el país, inevitables bajo el antiguo sistema retornable de botellas de vidrio. Así, muchas empresas argentinas que embotellaban para las grandes marcas perdieron sus licencias y, como contaban con conocimiento, experiencia y, en muchos casos, con las nuevas tecnologías, decidieron seguir embotellando gaseosas con nuevas marcas propias y para supermercados.

Dentro de la porción marginal del circuito superior, las empresas Pritty y PRODEA y otras de relevancia (como Naranpol, Marinaro, Embotelladora Comahue, etc.) se fueron desarrollando crecientemente por las posibilidades técnicas y organizacionales, resultado de las nuevas tecnologías asociadas a la botella PET.

Esas firmas se caracterizan por poseer esa forma mixta que identifica al circuito superior marginal ya que, por un lado, son resultado de divisiones territoriales del trabajo pretéritas pero, por el otro, intentan ser actividades emergentes y modernas (SILVEIRA, 2008a). Participan activamente de la división nacional del trabajo, pues elaboran algunas de sus marcas en sus plantas localizadas en la Región Metropolitana de Buenos Aires y las venden, especialmente, en el área concentrada del país.

Se presenta a continuación el Mapa 1, que será retomado en la explicación a lo largo del trabajo.

Mapa 1: Embotelladoras de bebidas gaseosas del circuito superior y superior marginal. RMBA.



Fuente: elaboración propia

Empresas globales del circuito superior de bebidas gaseosas

Localización, sistemas de ingeniería y el uso privatista del territorio

Buenos Aires acoge las sedes centrales de las grandes empresas del sector y, en algunos casos, también las plantas de elaboración. La actual división territorial del trabajo de las mayores embotelladoras del país sigue a las divisiones

territoriales del trabajo anteriores, es decir, sistemas técnicos pasados, como grandes plantas embotelladoras localizadas sobre una importante provisión de agua. Esas localizaciones heredadas, en la actualidad, siguen siendo beneficiosa por otros factores.

La empresa global Coca-Cola de Argentina posee dos embotelladoras en el área concentrada del país[1], Reginald Lee y FEMSA (ver Mapa 1). La primera tiene su planta de elaboración y sede comercial en Ranelagh (Partido de Berazategui) y la segunda embotelladora en Capital Federal correspondiendo a una antigua embotelladora independiente de Coca-Cola, San Isidro Refrescos (SIRSA), cuya planta y mercado fueron adquiridos por esta empresa mejicana.

La línea de bebidas gaseosas y saborizadas de Pepsi-Cola en Argentina es embotellada por la empresa Cervecería y Maltería Quilmes, que cuenta con tres plantas en la RMBA: Monte Grande, Zárate y Pompeya, en la ciudad de Buenos Aires (ver Mapa 1).

Massey (1984, p. 46, *apud* LÄPPLE; VAN HOOGSTRATEN, 1979) considera que la decisión sobre "la localización está sujeta a dos conjuntos de influencias: las condiciones "naturales" (disponibilidad de materias primas, la existencia de rutas naturales de transporte) y las condiciones "sociales" (la naturaleza de la fuerza de trabajo, accesibilidad a otros sectores)". Esto lleva a una creciente concentración espacial.

A estos factores hay que sumar la posibilidad de circulación de los productos, mercaderías, dinero y trabajo. Buenos Aires y su área metropolitana adquieren todo un sistema de ingeniería heredado, cuyas infraestructuras sirven a un conjunto de actividades económicas y favorecen y permiten la división territorial del trabajo, incluyendo la de las corporaciones aquí estudiadas.

El intercambio mercantil se convierte así en un factor importante dependiente de las capacidades de transporte y logística y de los medios, costos y tiempos necesarios para la circulación.

En las áreas metropolitanas, como la de Buenos Aires, las firmas necesitan "espacios de circulación" en los que se superponen de manera irregular pedazos de familias de técnicas que Santos (2000a) denomina sistemas de ingeniería, que es todo tipo de infraestructuras propias de las necesidades de circulación, como autopistas, rutas y puentes, entre otras. Así, las plantas embotelladoras

1 La preeminencia de la tradicional región pampeana argentina nos lleva a pensar en la existencia de un área concentrada, tal como Santos y Torres Ribeiro (1979) la detectaron para Brasil. Se hace referencia a la concentración de variables económicas, demográficas, urbanas, de infraestructuras, de empresas, de finanzas, de mercado, entre otras.

mencionadas se localizan preferentemente sobre rutas o autopistas o con fácil acceso a éstas, tanto para abastecer a la ciudad de Buenos Aires y toda la Región Metropolitana de Buenos Aires, como para distribuir en todo el área concentrada del país (ver Mapa 1).

De esta manera, para las empresas hegemónicas, el territorio se vuelve fluido siendo los sistemas de ingeniería los que permiten dicha facilidad de movimiento y circulación. Se observa entonces que la fluidez del espacio permitido por los sistemas de ingeniería públicos se convierte en una variable determinante que, junto a las posibilidades ofrecidas por el sistema técnico PET de embotellado, explican el funcionamiento del circuito espacial de bebidas gaseosas y aguas saborizadas.

Las divisiones del trabajo particulares de las firmas de marcas globales: distribución y comercialización

Las empresas necesitan de puntos o áreas que se constituyen en la base territorial de la producción, distribución, comercialización y consumo. Concentran cada vez más la producción y descentralizan la distribución, para permitir llegar a todos los puntos del territorio. Corrêa (1997, p. 220, traducción nuestra) sugiere enfáticamente que:

> La realización del valor presupone la circulación que hace posible la metamorfosis de las mercaderías producidas en capital dinero, pero ahora, valorizado. Esto implica la distribución mayorista y ventas minoristas generadoras de flujos de mercaderías entre fábricas y depósitos y entre éstos y las tiendas minoristas.

La embotelladora de Coca-Cola Reginald Lee fabrica todos sus productos en su única planta de la RMBA y los comercializa en el área comprendida por parte de la RMBA y prácticamente toda la provincia de Buenos Aires (ver Mapa 1). Su principal mercado es la Costa Atlántica en temporada de verano, donde concentra las ventas en casi el 50% del volumen producido.

Esta firma se organiza bajo venta directa que "permite una mejor estrategia, entendimiento y manejo del mercado, velocidad de respuesta y si bien tiene un costo asociado a la estructura vs. un sistema indirecto, los beneficios lo mantienen como eje del sistema comercial" (Entrevista a Gerente Comercial Reginald Lee, 3/2010).

La embotelladora de Coca-Cola FEMSA abastece al principal mercado consumidor (30%) la ciudad de Buenos y la mayor parte de la RMBA, desde su planta de Buenos Aires, contando además con otros centros de distribución en esa

área metropolitana.

Cada uno de los centros de distribución de ambas embotelladoras de Coca-Cola organiza su propia distribución local y abastece a cada boca de supermercado de todas las cadenas del país y a los comercios tradicionales, quioscos y restaurantes.

Corrêa (1997, p. 223, traducción nuestra) distingue:

> Dos tipos de integración en las corporaciones, una administrativa y otra vinculada a la producción (…). Ambas integraciones presentan una dimensión espacial que denominaremos de integración territorial de la gestión al primer modo; al segundo llamaremos integración territorial de la producción.

Así, las sedes administrativas y de gestión de la embotelladora de Pepsi-Cola se encuentran integradas territorialmente en la sede central de la empresa Quilmes, en la ciudad del mismo nombre. Las plantas productoras poseen una integración territorial de la producción y de la distribución. Las gaseosas de la línea Pepsi-Cola son distribuidas y comercializadas por Quilmes.

Esta empresa posee una división del trabajo de la distribución de sus bebidas organizada bajo tres formas de gestión: venta indirecta a distribuidores, venta directa minorista y supermercados. Los distribuidores de Quilmes son empresas independientes que comercializan de manera exclusiva sus productos, abastecidos con camiones propios de larga distancia. Están agrupados en ocho regiones de venta en toda Argentina, cada uno con un territorio exclusivo. Luego, existe la venta directa a cada punto de comercialización minorista y local gastronómico. Por otra parte, se distribuye directamente a las principales cadenas de supermercados y los autoservicios mayoristas modernos.

Para las firmas productoras analizadas, el mercado en términos espaciales es amplio, pudiéndose distinguir sobre el territorio verdaderas terminales de distribución, según el poder que detenta cada una (SANTOS, 1992). Dadas sus condiciones técnicas, económicas y financieras, para ellas es central hacer fluir sus productos a través de vías de transporte existentes que les permitan la máxima rentabilidad.

Innovación técnica, gran capital y organización racional: la formación de oligopolios y mercados concentrados

Estudiar el circuito superior de la economía lleva a la cuestión de los monopolios, expresión usada en sentido de estructura monopolística, que incluye tanto el significado de monopolio como el de oligopolio. Las grandes empresas

fabricantes del sector poseen líneas de llenado modernas intensivas, de alto nivel tecnológico y capital, que van incorporando los últimos adelantos técnicos de manera constante.

Como una manera de mostrar la capacidad de producción de estas empresas, se presentan algunos datos más acabados de algunas de las embotelladoras mencionadas. Reginald Lee Coca-Cola posee 6 líneas de llenado, una se destina exclusivamente a aguas en general, incluidas saborizadas, y las restantes embotellan gaseosas, algunas con empaques de vidrio retornables y otras con PET descartables. Las líneas de llenado son exclusivas en cada caso, requiriendo de procesos propios, como por ejemplo la línea de PET, que demanda una sopladora y la de retornables, con especiales procesos de lavado de botellas retornadas del mercado.

Esta empresa cuenta, además, con las técnicas necesarias para realizar el soplado de botellas PET en todos los tamaños, comprando las preformas y las tapas a la empresa australiana AMCOR LIMITED y a la argentina AMCOR PET Packaging, localizada en el área aduanera de Tierra del Fuego.

La planta industrial de Quilmes localizada en Pompeya, Buenos Aires, es la mayor productora de gaseosas de Pepsi-Cola. Cuenta con 10 líneas de embotellado produciendo diariamente 25.000 hectolitros de gaseosas y aguas saborizadas y 1,1 millones de botellas. Representa el 70% del total de bebidas de esta línea que se consumen en la Argentina y cerca del 25% de gaseosas que produce el Grupo Inbev, del que forma parte Quilmes, en todo el mundo.

Ciencia y técnica: la innovación como eje central de la competencia interempresarial y de la monopolización del mercado

Para el circuito superior de la economía, la técnica y la ciencia son ejes centrales sobre los que se organiza la producción de estos mercados oligopólicos ya que, como indica Habermas (1994, p. 86):

> Antes las innovaciones dependían de inventos esporádicos, que, por su parte, podían ciertamente estar inducidos económicamente, pero no tenían un carácter organizado. Pero esto ha variado en la medida en que el progreso científico y el progreso técnico han quedado asociados y se alimentan mutuamente. Con la investigación industrial a gran escala, la ciencia, la técnica y la revalorización del capital confluyen en un único sistema.

En el sector estudiado aquí, los procesos de concentración (técnica, económica y financiera), la formación de oligopolios empresariales y espaciales, el

control del mercado por las marcas hegemónicas, la búsqueda constante de innovación son, entre otras cuestiones, explicativas de las divisiones del trabajo hegemónicas del circuito superior. Buenos Aires concentra espacial y económicamente no sólo la producción de algunos de estos productos, sino que se convierte en el espacio de mandar, desde donde se crean y emiten las órdenes, conteniendo además una importante reserva de capital fijo instalado y la asimilación intensa de nuevos objetos.

En bebidas gaseosas, pero especialmente en las aguas saborizadas, las cuatro empresas/marcas más importantes se encuentran en la búsqueda constante de innovación, en especial en tipos, sabores y variedades de productos, así como también en cambios técnicos en los envases. Estos puntos son los ejes centrales de la competencia interempresarial.

Danone crea, en el año 2003, el agua saborizada de marca Ser, la cual es de bajas calorías y finamente gasificada. Desde ese momento la innovación y variedad en esa bebida es aceleradísima. Así, un mes después esta empresa lanza la misma bebida pero sin gas, que luego denominó Villa del Sur Levité. Al año siguiente, Pepsi-Cola consigue su propia agua saborizada con gas, 7up H_2O!, para competir con Ser. Por su parte, durante el año 2005, la empresa Nestlé saboriza su propia agua, compitiendo con la otra marca de Danone, Levite. También Coca-Cola saboriza su agua Dasani y crea una nueva marca, Cepita-Aquarius.

Como indica Harvey (1990, p. 156):

> Las grandes corporaciones, que operan dentro de un ambiente de mercado monopolístico, están sujetas a varias presiones competitivas. Compiten a través de la diferenciación del producto, la sofisticación de la mercadotecnia, y cosas por el estilo.

En las aguas saborizadas, en menos de tres años la creación de una bebida generó un nuevo mercado por el que compiten arduamente las principales empresas del circuito superior de bebidas gaseosas.

La capacidad de innovar uniendo la ciencia y la técnica lleva a la oligopolización del mercado por parte del circuito superior o de alguna de sus empresas.

Además, estas grandes empresas investigan e introducen constantemente nuevos sabores cada vez menos usuales, como por ejemplo, Coca-Cola, que a través de Aquarius introdujo los sabores pera y manzana y Nestlé, que saborizó las aguas Glaciar en tres gustos un tanto creativos, pera, hibiscus-durazno y té verde.

Estas empresas líderes son las que poseen la capacidad económica, técnica y

científica de inventar nuevos productos, siendo interesante mencionar las bebidas denominadas Nueva Era como Ades, las bebidas isotónicas, como Gatorade y Powerade y las más recientes denominadas bebidas herbales o naturistas creadas por Coca-Cola, cuya marca es Epika.

Empresas nacionales del circuito superior marginal de bebidas gaseosas

Configuración territorial y medio construido

La empresa PRODEA inaugura su planta en el año 1997, ocupando los espacios dejados por pretéritas divisiones del trabajo, ya que adquirió una antigua embotelladora de Pepsi-Cola denominada Compañía Embotelladora Argentina, que poseía el mercado de Capital Federal y el Gran Buenos Aires. En la localización de las empresas nacionales de bebidas gaseosas, la configuración territorial de la RMBA cumple un rol central de explicación, tanto por la posibilidad técnica en la disponibilidad de agua, como por la materialidad superpuesta a ésa por la sociedad, es decir, las obras de los hombres: carreteras, casas, depósitos, puertos, fábricas, ciudades etc.

Así, PRODEA se encuentra en el parque industrial más grande del país, el Parque Industrial Pilar (PIP), que posee una localización estratégica, sobre una importante ruta nacional (N° 8, Autopista del Sol, ramal Pilar) a sólo a 60 km de la Ciudad de Buenos Aires (ver Mapa 1). Ese parque conforma un medio construido que atiende especialmente las necesidades de producción e intercambio. Como indica Harvey (1990, p. 237), el medio construido "funciona como un vasto sistema de recursos creado por los seres humanos, que comprende valores de uso cristalizados en el paisaje físico". Según el trabajo de Briano, Fritzsche y Vio (2003), el Parque Industrial de Pilar cuenta con abundante agua potable; una importante red de desagüe de los efluentes industriales y piletas de tratamiento de éstos; amplios y abundantes desagües pluviales; el servicio de una empresa de autotransportes que vincula este parque a las localidades próximas; y servicios propios de bomberos y de recolección de residuos.

Pritty, por su parte, es una firma de capitales y orígenes cordobeses (provincia de Córdoba) con una histórica importancia regional que, a partir del año 1998, inicia una nueva fase empresarial bajo un proceso de reinversión y la decisión de lograr un posicionamiento nacional. En este sentido, en el año 2003 adquirió una antigua fábrica donde construyó una nueva planta moderna en la RMBA (Cortínez, Partido de Lujan), con el objetivo de abastecer en primer lugar al Gran Buenos Aires y llegar luego al mercado de la Ciudad Autónoma de Buenos

Aires (ver Mapa 1).

Tanto para PRODEA como para Pritty el principal factor de localización fue la posibilidad técnica de disponer de una abundante reserva de agua, situándose ambas sobre la cuenca del Rio Luján. Además, la cercanía al Gran Buenos Aires y a la ciudad capital y la disponibilidad de uso de los espacios de circulación y distribución a toda el área permitida por las carreteras de la RMBA (ver Mapa 1).

Las posibilidades técnicas y organizacionales en la división del trabajo de las firmas nacionales: crecimiento e inestabilidad

En el circuito superior marginal de estas bebidas en Buenos Aires, encontramos características tanto del carácter residual, en el sentido de empresas incapaces de modernizarse al ritmo impuesto por la época, como del carácter emergente, dadas por enormes esfuerzos de creación, invención, incorporación de tecnología, expansión del consumo, entre otros. Como indica Silveira (2004, p. 8) "este circuito podría ser visto como un laboratorio de la sustitución de una división territorial del trabajo por otra".

Pritty es una firma con un fuerte carácter emergente, ubicada en el tercer lugar en la producción de bebidas gaseosas según marcas, tras las embotelladoras de Coca-Cola y Pepsi-Cola. La elaboración de sus bebidas se realiza en dos plantas embotelladoras, una localizada en Córdoba y otra en Luján. Esta última tiene una superficie cubierta de aproximadamente 4500m^2, con una sola línea de llenado muy moderna, cuya capacidad de producción está en el orden de los 70 millones de litros anuales, y que se usa en un 100% entre septiembre y marzo y en un 80% durante el resto del año.

La planta industrial de PRODEA tiene una superficie construida de 19.500 m^2 aproximadamente, con dos líneas de llenado y una capacidad de producción de 50 millones de litros, siendo el máximo uso del 90% durante el mes de diciembre, mientras que el resto del año se utiliza entre el 50 % y el 70% de dicha capacidad productiva.

Con respecto a la división técnica (interna) del trabajo, en la planta Pritty Lujan (al igual que en la de Córdoba) se realizan todas las fases de elaboración de gaseosas y aguas saborizadas, en una moderna línea de producción totalmente automatizada que incluye inyecto-sopladora, tecnología necesaria para elaborar las preformas. La planta de PRODEA también posee esa tecnología para elaborar sus preformas PET, pero desde el año 2002, con la devaluación de la moneda nacional y el aumento de los costos del PET, la empresa comenzó a comprarlas a una firma

argentina que también se encuentra localizada en el mismo parque industrial. Como política de la empresa, PRODEA se abastece sólo de proveedores argentinos.

Las capacidades productivas de estas industrias son distintas. Pritty Luján cuenta con un volumen total de fabricación de 35.000 botellas por hora, mientras que PRODEA de 12.000 botellas por hora (datos brindados por las empresas 2010). Hay contrastes técnicos y organizacionales muy importantes entre ellos ya que la firma cordobesa elabora las preformas y su proprio jarabe y tiene automatizadas las fases de empaquetamiento, paletizado y transporte hacia el depósito.

Las dos plantas embotellan bebidas sólo en envases PET. El vidrio y las latas de aluminio constituyen una barrera técnica imposible de saltar y que, al mismo tiempo, las distancia de las embotelladoras líderes del circuito superior que tienen posibilidades de flexibilizar esa técnica. En la empresa PRODEA se ha considerado, en algunas oportunidades, la posibilidad de contratar soderías para que fabriquen sus botellas de vidrio con el fin de poseer una gaseosa más económica y competitiva entre los grupos sociales menos adinerados (Entrevista realizada al Gerente de Comercialización y Marketing de PRODEA, 11/ 2009).

Ambas empresas embotellan sus bebidas en PET no retornable, en diversos tamaños según sus marcas y sabores, incluyendo la botella de medio litro que generalmente está dirigida para comercializarse en kioscos para consumo individual. Esta característica las acerca a las posibilidades técnicas y organizacionales del circuito superior y las aleja de las del circuito inferior.

Uno de los problemas del circuito superior marginal respecto a su capital fijo y en particular a la maquinaria de la línea de producción es su desgaste y las dificultades financieras de adquirir nuevas líneas, una vez consumido este capital. Entonces, el mantenimiento constante y la renovación tecnológica por partes es una condición necesaria para alargar su período de uso.

La circulación y el movimiento como límites al uso del territorio en el área concentrada

El territorio usado y usándose es un actor fundamental para explicar el funcionamiento de todos los agentes, sin importar su fuerza. Una superposición entre materialidad, el sistema de objetos, las acciones de todos los actores y las normas.

Estas empresas de bebidas usan el territorio del área concentrada del país no sólo a partir de la producción, estratégicamente localizada en el área metropolitana de Buenos Aires, sino a partir de la circulación, distribución y posibilidades de

comercialización de sus mercancías.

Pritty divide su territorio en dos subregiones, Córdoba y la RMBA (que incluye la ciudad de Buenos Aires). Cuenta en cada una con una planta productora y una sede comercial desde donde se organizan las preventas de sus mercancías: Córdoba y Caseros, en el Partido de Tres de Febrero. Posee, además, algunos predios que funcionan como depósitos, centros de despacho y de comercialización propios, situados en Córdoba y sus alrededores y en el Gran Buenos Aires (Partidos de General Sarmiento y de San Miguel).

La sede administrativa y comercial de la empresa Productos de Agua (PRODEA) coincide con su planta productora de Pilar, desde donde se organiza la gestión y venta de sus bebidas, preferentemente en la RMBA y en algunas localidades de la provincia de Buenos Aires.

El territorio del área concentrada da amplias posibilidades de uso por la configuración territorial de sus sistemas de ingeniería. Sin embargo, para estas empresas que no cuentan con la amplia distribución espacial que caracteriza al circuito superior, ni con las posibilidades y facilidades comerciales necesarias para enfrentarse a grandes compradores, ese mismo territorio presenta barreras difíciles de franquear y por lo tanto de ser utilizado como un todo.

Respecto a la distribución de las bebidas de marcas Pritty, esta empresa terceriza las ventas a distribuidoras independientes locales que ella misma abastece. Esta forma de organizar la distribución tiene la limitación de que dichas distribuidoras no venden exclusivamente una marca de gaseosas, sino que van variando dicha oferta de acuerdo a promociones, posibilidades ofrecidas por las embotelladoras, precios etc.

Aunque esta empresa presente una amplia distribución territorial en el país, ésta no puede pensarse como un cuadro estático sino, por el contrario, como dinámica y rápidamente cambiante, siendo una importante dificultad a sortear para la firma cordobesa.

Para ambas empresas, disminuir el tiempo de rotación del capital se convierte en una cuestión central, es decir, reducir el “tiempo que tarda el valor de determinado capital para realizarse a través de la producción y el intercambio” (HARVEY, 1990, p. 72). Para PRODEA, el uso y organización del espacio para la distribución es una de sus principales limitaciones y dificultades que la acercan más a un circuito superior marginal con características residuales y a prohibiciones típicas de las empresas del circuito inferior. Sumado a esto, el transporte se convierte en otra importante restricción a su crecimiento determinando que su

dominio económico, en relación a la distribución de sus bebidas, sea acotado a un *umland* de 500 km. Excediendo dicha área, la fábrica se convierte en no competitiva en términos de los costos del flete, los cuales deberían trasladarse al producto y encarecerlo (Entrevista realizada al Gerente de Comercialización y Marketing de PRODEA, 11/ 2009).

Estas dos empresas poseen contratos comerciales para vender sus productos en las principales cadenas de supermercados del país y en los autoservicios mayoristas, lo cual demanda cierta organización interna, capacidad productiva, organización de la distribución y disponibilidad de capital de giro exigido por estos grandes compradores. Esta posibilidad comercial las distingue claramente de las del circuito inferior.

Sin embargo, para el caso de PRODEA, mantener su presencia en las grandes redes comerciales minoristas y mayoristas es una posibilidad de crecimiento, pero también un desafío y hasta a veces un riesgo, ya que cualquier eventualidad económica coyuntural al interior de la empresa o en el país los debilita enormemente, siendo difícil mantener los contratos anuales prescriptos con estos comercios. Los productos de esta última embotelladora de gaseosas son comercializados en las cadenas de supermercados Coto, Carrefour, Jumbo, Wal-Mart y también en mayoristas como Maxi Consumo. No venden sus bebidas en la cadena Disco ya que ésta sólo comercializa productos de primeras marcas (Entrevista realizada al Gerente de Comercialización y Marketing de PRODEA, 11/ 2009).

Cabe señalar, por último, la imposibilidad de las bebidas del circuito superior marginal de ser comercializadas en el importante y dinámico mercado de restaurantes y bares, sector donde dominan las marcas líderes, especialmente Pepsi-Cola.

La producción de marcas diferenciales del circuito superior marginal

En las bebidas gaseosas, la marca y, en particular, su valor simbólico, cumplen un rol fundamental al distinguir socialmente a través del consumo. Para esas empresas del circuito superior marginal, la marca en cuanto valor social e histórico ha sido central en la constitución y mantenimiento de sus productos, buscando diferenciarse del circuito superior por ser tradicionales y argentinas. Ambas empresas poseen varias marcas de bebidas diferenciadas en su calidad y valor del nombre, de manera tal que les permita tanto competir en el circuito superior como en el circuito inferior de la economía urbana.

De esa manera, el trabajo y la producción siguiendo parámetros modernos son lo que aproxima estas empresas al circuito superior, pero es la producción de gaseosas económicas para responder a una demanda local que las aproxima al circuito inferior.

Así, la empresa cordobesa posee desde sus orígenes una bebida gaseosa con marca Pritty, en sabor limón, que ha sido siempre una estrategia para ocupar un importante lugar en el mercado nacional en sabores alternativos a las colas. Con la diversificación de pequeñas plantas, que comenzaron a embotellar gaseosas de terceras marcas, esta firma decidió mantener y resguardar la marca Pritty sólo para el sabor limón y crear nuevas marcas más económicas para otros sabores. Posee dos marcas que sólo se elaboran en sabores cola, Hook-Cola y Doble-Cola y la marca Rafting en sabores naranja, pomelo y pomelo light. Encontramos aquí uno de los pilares del funcionamiento del circuito inferior, la imitación, ya que las etiquetas de Doble-Cola y Hook-Cola tienen un diseño y color similar al de Coca-Cola y Pepsi-Cola, respectivamente. De ese modo, elaboran la misma gaseosa sabor cola y la embotellan como dos marcas cuyas etiquetas, a simple vista, se mimetizan con las líderes.

La empresa PRODEA tuvo como estrategia jerarquizar las marcas de sus productos para lograr una posición superior a las restantes nuevas marcas que surgían en esa década. Compró, así, antiguas marcas reconocidas, pertenecientes a una empresa que embotellaba en la ciudad de Buenos Aires: Cunnington, Córdoba y Neuss. Su principal marca es Cunnington, nombre bajo el cual se denomina muchas veces a la firma. Es una bebida gaseosa de alta calidad, azucarada y elaborada en los sabores lima limón, pomelo y tónica. Ocupa el primer lugar en ventas del reducido mercado de las tónicas, compitiendo con reconocidas marca líderes como Paso de los Toros de Pepsi-Cola y Schweppes de Coca-Cola. Las bebidas marca Cunnington se insertan entre las clases medias y altas del circuito superior y su porción marginal al no poseer un precio tan bajo como otras terceras marcas, compitiendo especialmente con las bebidas de Pepsi-Cola (Entrevista realizada al Gerente de Comercialización y Marketing de PRODEA, 11/ 2009).

Consideraciones finales

La metrópolis de Buenos Aires reúne las actividades económicas del circuito superior, constituido por esas grandes empresas embotelladoras de las marcas líderes transnacionales, que trabajan, accionan y producen tiempos rápidos. Las capacidades técnicas, científicas e informacionales de estas empresas del circuito superior son las que permiten la existencia de un mercado altamente concentrado y

oligopolizado.

También ampara el trabajo de algunas de las empresas nacionales más importantes en estas bebidas que, desde esta ciudad de comando, intentan formar parte de las divisiones nacionales del trabajo, insertándose en esa porción inestable, aunque moderna, del circuito superior, pero con tiempos más lentos que las empresas globales.

Estas grandes empresas deciden e imponen su propia temporalidad en variables claves como las técnicas, la organización del trabajo y las normas, entre otras, y las empresas nacionales intentan usar y asimilar esas variables modernas que les permiten un lugar a veces emergente y otras residual, sin dejar de ser vulnerables por la imposibilidad de responder con la misma rapidez a los cambios.

Además de las limitaciones ya comentadas, referidas a la técnica, la distribución, el transporte, entre otras, una de las principales dificultades de estas empresas, que las hace altamente vulnerables y las pone en riesgo constante, es la imposibilidad de participar de los acuerdos políticos, económicos y normativos con los sindicatos, cámaras empresariales y el mismo gobierno de los cuales sí participan las grandes empresas, en particular Coca-Cola.

Las grandes empresas controlan el precio de las bebidas imponiéndoles un techo a las empresas del superior marginal, por ejemplo utilizando el vidrio o modificando el tamaño del PET. Estas medidas traen enormes dificultades para las empresas nacionales ya que no cuentan con las posibilidades financieras de disminuir los precios de sus bebidas de marcas reconocidas (Cunnington y Pritty, por ejemplo). Pero, por otro lado, para poder ser competitivas en el mercado, deben alejarse del precio de las grandes marcas.

Por otra parte, los acuerdos laborales tanto con los sindicatos de trabajadores de aguas y gaseosas (SUTIAGA: Sindicato Unido de Trabajadores de Aguas Gaseosas y Afines) como de transportistas (Sindicato de Choferes de Camiones), son firmados con las grandes empresas y con la CADIBSA (Cámara Argentina de la Industria de las Bebidas Sin Alcohol), que representa únicamente a las embotelladoras de Coca-Cola y Pepsi-Cola. De esta manera, dichos acuerdos de trabajo son impuestos a las empresas medianas y pequeñas para quienes, muchas veces, son imposibles de mantener.

El Estado adquiere un papel pasivo y no interviene o lo hace a favor de las grandes firmas, observándose, una vez más, que las políticas de las empresas reemplazan a la política de los Estados. Así, aquellas normas corporativas pasan a establecer el trabajo de todos los actores como si las lógicas y las necesidades

fueran comunes.

Bibliografia

ABLIN, Amalie. El mercado de bebidas analcoholicas. *Alimentos Argentinos*. Subsecretaria de Agregado de Valor y Nuevas Tecnologías. Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. Presidencia de la Nación. Junio de 2012.

BRIANO, Luis; FRITZSCHE, Federico; VIO, Marcela. El lugar de la industria. Los parques industriales en la reestructuración productiva y territorial de la Región Metropolitana de Buenos Aires. *Eure*, Santiago de Chile, 29 (86), p. 109-135. 2003.

CORRÊA, Roberto Lobato. *Trajetórias geográficas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil. 1997.

HABERMAS, Jürgen. *Técnica y ciencia como "ideología"*. Madrid: Tecnos, 1994.

HARVEY, David. *Los límites del capitalismo y la teoría marxista*. México: Fondo de Cultura Económica, 1990.

MASSEY, Doreen. *Spatial divisions of labor*: Social structures and the geography of production. New York: Methuen, 1984.

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y PRODUCCIÓN. Dictamen 366/03. Resolución 91/03. Concentraciones Económicas. Dictámenes. Secretaría de Coordinación Técnica. Comisión Nacional de Defensa de la Competencia. Buenos Aires. 11/11/2003. Disponible en: http://www.mecon.gov.ar/cndc/dictamenes/39_1_000366.pdf Acceso: 12 de febrero de 2010.

SANTOS, Milton. *O Espaço dividido*. Os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos. Rio de Janeiro: Francisco Alves Editora, 1979.

SANTOS, Milton. *Espaço & Método*. São Paulo: Nobel, 1992.

SANTOS, Milton. *De la totalidad al lugar*. Barcelona: Oikos-Tau, 1996.

SANTOS, Milton. *La naturaleza del espacio*. Técnica y tiempo. Razón y emoción. Barcelona: Ariel, 2000a.

SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização*. Do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2000b.

SANTOS, Milton; RIBEIRO, Ana Clara Torres. *O conceito de Região Concentrada*. Río de Janeiro: IPPUR/UFRJ y Departamento de Geografia, 1979. mimeo.

SANTOS, Milton; SILVEIRA, Maria Laura. *O Brasil*: Território e sociedade no início do século XXI. Rio de Janeiro: Record. 2001.

SILVEIRA, Maria Laura. Globalización y circuitos de la economía urbana en ciudades brasileñas. *Cuadernos del CENDES*, v. 3, n. 57, p. 3-22, 2004.

SILVEIRA, Maria Laura. Metrópolis brasileñas: un análisis de los circuitos de la economía urbana . *Eure*, v. XXXIII, n. 100, p. 149-164, 2007.

SILVEIRA, Maria Laura. De la geografía de la existencia a los circuitos de la economía urbana. In: MENDOZA, Cristóbal (Coord.). *Tras las huellas de Milton Santos*. Una mirada latinoamericana a la geografía humana contemporánea. México: Anthropos, 2008.

SILVEIRA, Maria Laura. Crises e paradoxos da cidade contemporânea: os circuitos da economia urbana. In: PEREIRA, Elson; DIAS, Leila (Orgs.). *As cidades e a urbanização no Brasil*: passado, presente e futuro. Florianópolis: Insular, 2011.

Sobre a autora

Josefina Di Nucci: doutora em geografia e pesquisadora assistente do Centro de Investigaciones Geográficas (CIG) do Instituto de Geografía, Historia y Ciencias Sociales (IGHES) do CONICET/UNCPBA em Tandil, Argentina.

* * *

ABSTRACT

Circuits of the urban economy: the sodas in Buenos Aires

There is a great number and variety of soda brands in Argentina, which are the result of overlapping divisions of labor in production, as well as in distribution and marketing, which can be studied as circuits of the urban economy. Firstly, we present briefly the theory of circuits of the urban economy, which are distinguished by the degree of technology, capital and organization, with which companies produce, distribute and consume products and services. Secondly, we analyze the superior circuit of soft drinks of the leading companies in Buenos Aires and the marginal superior circuit of these drinks, made by major national companies. Finally we present some of the problems exhibited by the domestic companies of this sector relating to competition, labor standards and heavy struggle to maintain their positions.

KEYWORDS: circuits of the urban economy; Buenos Aires; sodas; territorial division of labor; banal space.

RESUMO

Circuitos da economia urbana de refrigerantes em Buenos Aires

Existe grande número e variedade de marcas de refrigerantes na Argentina, resultado da sobreposição de divisões do trabalho na produção, bem como na distribuição e no *marketing*, que podem ser estudadas a partir da teoria dos circuitos da economia urbana. Primeiro, apresenta-se brevemente a teoria dos circuitos da economia urbana, que se distinguem pelo grau de tecnologia, capital e organização com o qual as empresas produzem, distribuem e consomem produtos e serviços. Em segundo lugar, analisamos o circuito superior dos refrigerantes em Buenos Aires e, também, o circuito superior marginal dessas bebidas a partir de algumas das empresas nacionais. Por fim, apresentamos alguns dos problemas relativos às empresas nacionais do setor no tocante à concorrência, às normas de trabalho e à forte luta para manter sua posição.

PALAVRAS-CHAVE: circuitos da economia urbana; Buenos Aires; refrigerantes; divisão territorial do trabalho; espaço banal.

BCG: http://agbcampinas.com.br/bcg

Artigo recebido em junho de 2013. Aprovado em agosto de 2013.